



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА  
ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ**

**(12) ЗАЯВКА НА ИЗОБРЕТЕНИЕ**(21)(22) Заявка: **2010136271/08, 26.01.2009**

Приоритет(ы):

(30) Конвенционный приоритет:  
**28.02.2008 US 12/039,429**(43) Дата публикации заявки: **10.03.2012 Бюл. № 7**(85) Дата начала рассмотрения заявки РСТ на  
национальной фазе: **27.08.2010**(86) Заявка РСТ:  
**US 2009/031964 (26.01.2009)**(87) Публикация заявки РСТ:  
**WO 2009/108430 (03.09.2009)**Адрес для переписки:  
**129090, Москва, ул.Б.Спасская, 25, стр.3,  
ООО "Юридическая фирма Городисский и  
Партнеры", А.В.Мицу**

(71) Заявитель(и):

**МАЙКРОСОФТ КОРПОРЕЙШН (US)**

(72) Автор(ы):

**ХЕЙЗ Рэймонд Фрэнсис Мл. (US)****(54) ВЫБОР НАЦЕЛЕННЫХ РЕКЛАМНЫХ ОБЪЯВЛЕНИЙ****(57) Формула изобретения**

1. Способ выбора нацеленных рекламных объявлений, содержащий этапы, на которых:

принимают (610) на сервере рекламных объявлений информацию о первом конечном пользователе, при этом данная информация предоставляется вторым конечным пользователем;

выбирают (620) по меньшей мере одно рекламное объявление, которое специально нацелено на первого конечного пользователя, на основании информации, принятой от второго конечного пользователя; и

представляют (630) это по меньшей мере одно рекламное объявление первому конечному пользователю через форму компьютерно-реализуемой связи между первым конечным пользователем и вторым пользователем.

2. Способ по п.1, в котором принятая информация о первом конечном пользователе содержит по меньшей мере одно из следующего: род занятий, хобби, интересы, статус взаимоотношений, имеющийся уровень образования и партнерство со вторым конечным пользователем.

3. Способ по п.1, дополнительно содержащий этап, на котором:

передают упомянутое по меньшей мере одно рекламное объявление для представления первому конечному пользователю.

4. Способ по п.3, в котором упомянутое по меньшей мере одно рекламное объявление представляют первому конечному пользователю через web-сайт социальной сети.

5. Способ по п.3, в котором упомянутое по меньшей мере одно рекламное объявление представляют первому конечному пользователю посредством сетевого обмена сообщениями в реальном времени между первым и вторым конечными пользователями, электронной почты или речевой телефонной связи.

6. Способ по п.1, в котором информация о первом конечном пользователе, предоставленная серверу рекламных сообщений вторым конечным пользователем, не раскрывает истинную идентичность первого конечного пользователя.

7. Способ по п.1, в котором упомянутое по меньшей мере одно рекламное объявление передают устройству второго конечного пользователя и кэшируют на устройстве второго пользователя.

8. Способ по п.3, в котором передача упомянутого по меньшей мере одного рекламного объявления для представления первому конечному пользователю происходит в то время, как первый и второй конечные пользователи находятся в контакте посредством компьютерно-реализуемой формы связи.

9. Один или более компьютерных носителей данных, на которых воплощены исполняемые компьютером инструкции для выполнения способа, содержащего этапы, на которых:

предоставляют (610) серверу рекламных объявлений информацию о первом конечном пользователе, причем эта информация предоставляется вторым конечным пользователем,

при этом сервер рекламных объявлений выбирает по меньшей мере одно рекламное объявление для представления первому конечному пользователю, которое специально нацелено на первого конечного пользователя; и

осуществляют связь (630) с устройством первого пользователя, ассоциированным с первым конечным пользователем, при этом данное по меньшей мере одно рекламное объявление передают для представления на устройстве первого пользователя.

10. Один или более компьютерных носителей данных по п.9, при этом принятая информация о первом конечном пользователе содержит по меньшей мере одно из следующего: род занятий, хобби, интересы, статус взаимоотношений, имеющийся уровень образования и партнерство со вторым конечным пользователем.

11. Один или более компьютерных носителей данных по п.9, причем упомянутое по меньшей мере одно рекламное объявление представляют первому конечному пользователю посредством сетевого обмена сообщениями в реальном времени между первым и вторым конечными пользователями, речевой телефонной связи или электронной почты.

12. Один или более компьютерных носителей данных по п.9, причем способ дополнительно содержит этапы, на которых:

принимают упомянутое по меньшей мере одно рекламное объявление от сервера рекламных объявлений; и

кэшируют это по меньшей мере одно рекламное объявление на устройстве второго пользователя.

13. Один или более компьютерных носителей данных по п.12, при этом способ дополнительно содержит этап, на котором:

принимают передачу от устройства первого пользователя, причем эта передача указывает, что первый пользователь в настоящий момент выполняет попытку осуществления связи со вторым конечным пользователем.

14. Один или более компьютерных носителей данных по п.13, при этом способ

дополнительно содержит этап, на котором:

инициируют сеанс связи между устройством первого пользователя и устройством второго пользователя.

15. Один или более компьютерных носителей данных по п.14, причем способ дополнительно содержит этап, на котором:

передают упомянутое по меньшей мере одно рекламное объявление устройству первого пользователя, при этом данное по меньшей мере одно рекламное объявление передают устройству первого пользователя в течение осуществления связи между устройствами первого пользователя и второго пользователя, причем это по меньшей мере одно рекламное объявление представляют первому конечному пользователю.

16. Один или более компьютерных носителей данных по п.15, причем представление упомянутого по меньшей мере одного рекламного объявления первому конечному пользователю происходит в то время, как первый и второй конечные пользователи находятся в контакте посредством компьютерно-реализуемой формы связи.

17. Один или более компьютерных носителей данных, на которых воплощены исполняемые компьютером инструкции для выполнения способа представления нацеленных рекламных объявлений конечному пользователю, содержащего этапы, на которых:

принимают (810) запрос контента от первого конечного пользователя на сервере web-сайта;

предоставляют (820) по меньшей мере одно рекламное объявление, специально нацеленное на первого конечного пользователя, причем это по меньшей мере одно рекламное объявление, специально нацеленное на первого конечного пользователя, основывается на информации, предоставленной вторым конечным пользователем; и

передают (830) данное по меньшей мере одно рекламное объявление первому конечному пользователю совместно с контентом.

18. Компьютерные носители данных по п.17, при этом web-сайт представляет онлайнową социальную сеть или другую подобную сеть, где пользователи создают профиль, каковой профиль является просматриваемым другими пользователями.

19. Компьютерные носители данных по п.18, при этом упомянутое по меньшей мере одно рекламное объявление передается первому конечному пользователю, когда первый конечный пользователь просматривает профиль, созданный вторым конечным пользователем.